Office de la protection du consommateur

Rapport annuel 1984-1985

Québec

Le contenu de cette publication a été rédigé par
l'Office de la protection du consommateur

Cette édition a été produite par
la Direction générale
des publications gouvernementales

Dépôt légal — 2e trimestre 1985
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-551-09182-9
ISSN 0228-8435

© Gouvernement du Québec

Monsieur Richard Guay
Président de l'Assemblée nationale
Édifice Pamphile-Lemay
Québec

Monsieur le Président,

J'ai l'honneur de vous présenter le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1984 au 31 mars 1985.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'expression de mes sentiments les plus respectueux.

Le ministre de l'Habitation et
de la Protection du consommateur,

Jacques Rochefort

Québec, juin 1985

Monsieur Jacques Rochefort
Ministre de l'Habitation et de
la Protection du consommateur
Édifice G
Québec

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre, en votre qualité de ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, le rapport annuel de l'Office de la protection du consommateur, couvrant la période du 1er avril 1984 au 31 mars 1985.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de mes sentiments les plus distingués.

Le président,

Gilles Moreau

Québec, juin 1985

Table des matières

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur 9

Le Conseil de l'Office 11

L'entité administrative 13

— Les ressources humaines 13

— L'organigramme 14

— Les ressources financières 16

Les activités de 1984-1985 17

— Introduction 17

— La Direction des bureaux régionaux 19

— La Direction des affaires juridiques 27

— La Direction des communications 31

— La Direction de la recherche 35

— La Direction des ressources et des systèmes 37

— Le Secrétariat 39

Liste des tableaux

— Présences aux réunions du Conseil 12

— Effectifs au 31 mars 1985 13

— Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1985 13

— Organigramme 14

— Le personnel de direction 15

— Ressources budgétaires 1984-1985 16

— Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1984-1985 20

— Plaintes concernant des domaines régis par les lois 22

— Plaintes concernant des domaines non régis par les lois 23

— Demandes de renseignements concernant des domaines régis par les lois 24

— Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par les lois 25

— Permis délivrés et droits perçus en 1984-1985 29

— État des fonds collectifs des agents de voyages au 31 mars 1985 29

— Synthèse des principales activités en 1984-1985 30

— Subventions accordées aux organismes et chercheurs en 1984-1985 40

Les mandats de l'Office de la protection du consommateur

L'Office de la protection du consommateur a été constitué en vertu de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. L'Office est chargé de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur, de la Loi sur le recouvrement de certaines créances et de la Loi sur les agents de voyages.

L'Office de la protection du consommateur relève du ministre de l'Habitation et de la Protection du consommateur, monsieur Jacques Rochefort. En plus de l'Office, le ministre est responsable de la Régie du logement, de la Société d'habitation du Québec et de la Régie des entreprises de construction. Le Service du courtage immobilier et la Direction générale de l'inspection font aussi partie du ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur.

Le ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur, créé le 18 juin 1981, a la responsabilité :

— d'élaborer une politique et d'établir des programmes permettant aux Québécois :
  - de satisfaire à leur besoin de se loger convenablement, et ce à un prix abordable ;
  - d'être en mesure de se défendre adéquatement lorsqu'ils satisfont à divers besoins de consommation tout en ayant la possibilité de bénéficier, au besoin, de la protection qui peut leur être dispensée ;
— de mettre en oeuvre cette politique, en intervenant directement, ou par le truchement de ses organismes, pour administrer les programmes mis au point en vue d'atteindre des objectifs communs.

Ce regroupement, sous la responsabilité d'un même ministre, permet une collaboration et une concertation accrues entre des organismes qui ont des vocations nettement complémentaires en habitation et en protection du consommateur. Il entraîne même la mise en commun de certaines ressources ou expériences, d'où découlent une plus grande efficacité et un meilleur service aux citoyens. De plus, le Ministère attache beaucoup d'importance à la consultation des divers milieux concernés ; la table de concertation de Corvée-Habitation en est un exemple vécu avec grand succès.

En vertu de l'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur, l'Office est chargé :

— de surveiller l'application de la Loi sur la protection du consommateur et de toute autre loi en vertu de laquelle une telle surveillance lui incombe ;
— de recevoir les plaintes des consommateurs ;
— d'éduquer et de renseigner la population sur ce qui a trait à la protection du consommateur ;
— de faire des études concernant la protection du consommateur et, s'il y a lieu, de transmettre ses recommandations au ministre ;
— de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes ;
— de sensibiliser les commerçants, les manufacturiers et les publicitaires aux besoins et aux demandes des consommateurs ;
— de promouvoir les intérêts des consommateurs devant un organisme gouvernemental dont les activités affectent le consommateur ;
— d'évaluer un bien ou un service offert au consommateur ;
— de coopérer avec les divers ministères et organismes gouvernementaux du Québec en matière de protection du consommateur et de coordonner le travail accompli dans ce but par ces ministères et organismes ;
— de créer, par règlement, des conseils consultatifs régionaux de la protection du consommateur pour les régions qu'il fixe, déterminer leur composition, leurs fonctions, devoirs et pouvoirs, les modalités d'administration de leurs affaires et prévoir les émoluments de leurs membres.

Lois relevant de la responsabilité de l'Office

Loi sur la protection du consommateur (L.R.Q., c. P-40.1)

Loi sur le recouvrement de certaines créances (L.R.Q., c. R-2.2)

Loi sur les agents de voyages (L.R.Q., c. A-10)

Le Conseil de l'Office

Le 4 avril 1979, le Conseil des ministres mettait en vigueur les dispositions de nature administrative de la Loi sur la protection du consommateur adoptée le 22 décembre 1978. Une des dispositions majeures de cette loi constituait un office d'au plus quinze membres nommés par le gouvernement et stipulait que ces membres doivent, en raison de leurs activités, être susceptibles de contribuer d'une façon particulière à la solution des problèmes des consommateurs.

En 1984-1985, les membres du Conseil ont autorisé une consultation du personnel de l'Office visant à doter ce dernier d'un plan triennal de développement. Ils ont participé au processus qui a permis de dégager les orientations de l'organisme. Après avoir adopté ces orientations, le Conseil a examiné et approuvé les objectifs et la programmation des activités de chaque direction de l'Office pour l'année 1984-1985. Par la suite, au cours de l'année, le Conseil a procédé à trois évaluations périodiques des résultats atteints en regard des orientations et des objectifs déterminés en début de période. Ces évaluations ont permis d'effectuer les ajustements nécessaires en cours de route et d'identifier les priorités d'intervention pour l'année 1985-1986.

En 1984-1985, les membres du Conseil ont tenu 9 réunions pour discuter de questions touchant l'application des lois sous la responsabilité de l'Office et de plusieurs questions d'intérêt pour les consommateurs. Parallèlement à ces discussions, les membres du Conseil se sont intéressés aux dossiers menés par l'Office au cours de l'année et ils sont intervenus dans des domaines touchant la protection du consommateur.

Ils se sont également penchés sur d'autres dossiers d'importance par des travaux en comités. Les comités, que le Conseil a le pouvoir de former en vertu de son règlement de régie interne, lui permettent d'approfondir certains dossiers qui demandent une attention et une expertise particulières. Cette année, deux comités ont siégé, soit celui des subventions et celui de la législation.

Les membres de l'Office

Les personnes qui ont siégé au Conseil d'administration de l'Office au cours de l'exercice sont :

— Madame Madeleine Arbour, décoratrice, membre de la Société des décorateurs-ensembliers du Québec ;

— Madame Micheline Baril, professeure à l'École de criminologie de l'Université de Montréal ;

— Madame Monique Bernatchez-Tardif, vice-présidente de l'Office de la protection du consommateur jusqu'en septembre 1984 ;

— Monsieur Jacques E. Castonguay, avocat de pratique privée, spécialiste dans le droit du travail et de la consommation ;

— Madame Solange Chalvin, administratrice, directrice de l'Organisation et soutien à l'Office des services de garde à l'enfance ;

— Monsieur Vincent Dumas, commissaire au Bureau d'audiences publiques sur l'environnement ;

— Madame Christiane Gauthier-Tougas, chef du Service de diététique et membre du Conseil d'administration de l'Hôtel-Dieu de Montréal ;

— Madame Élisabeth Hone-Bellemare, professeure de psychologie à l'éducation des adultes, dans les institutions suivantes : Université de Montréal, cégep Bois-de-Boulogne et cégep du Vieux-Montréal ;

— Monsieur Jacques Lemay, directeur du Centre communautaire juridique de l'Estrie ;

— Madame Stella Marsolais-Cuccioletta, directrice générale et conseillère en voyages au Club Voyages Lajeunesse ;

— Monsieur Gilles Moreau, président de l'Office de la protection du consommateur ;

— Monsieur Rolland Pelletier, permanent responsable à l'Association coopérative d'économie familiale (ACEF) de Granby ;

— Monsieur Pierre Sylvestre, avocat de pratique privée, oeuvrant particulièrement avec les organismes communautaires de la région de Montréal dans les domaines de la santé, de l'éducation, de la consommation, du logement, des droits sociaux et de l'aménagement ;

— Monsieur François Thérien, agent de recherche et de planification au Projet-Nord du département de santé communautaire du Centre hospitalier de l'Université Laval et rédacteur en chef de la revue *Études /Inuit /Studies* ;

— Madame Lucille Théroux-Saint-Laurent, travailleuse communautaire auprès des familles et de l'enfance au Centre local de services communautaires de Longueuil-Est.

Présences aux réunions du Conseil

	84 04 27	84 06 12	84 09 06	84 10 18	84 11 22	84 12 13	85 01 22	85 02 26	85 03 26
Arbour, Madeleine		X	Démission le 28 août 1984						
Baril, Micheline	X	X	X	X	X	X	X	X	
Bernatchez-Tardif, Monique	X	X	Démission le 5 septembre 1984						
Castonguay, Jacques E.	X	X		X	X		X	X	
Chalvin, Solange	X	X	X	X	X		X		X
Dumas, Vincent	X	X	X	X			X		X
Gauthier-Tougas, Christiane	X		X	X	X	X	X	X	
Hone-Bellemare, Élisabeth	X	X	X	X	X	X			
Lemay, Jacques		X	X	X	X	X	X	X	X
Marsolais-Cuccioletta, Stella	X		X		X	X	X	X	X
Moreau, Gilles	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pelletier, Rolland	X	X	X	X	X	X		X	X
Sylvestre, Pierre		X		X	X	X	X	X	X
Thérien, François	X		X	X			X		
Théroux-Saint-Laurent, Lucille	X	X	X	X	X	X		X	X

L'entité administrative

Les ressources humaines

Le 31 mars 1985, les effectifs de l'Office de la protection du consommateur comprenaient 226 postes autorisés dont 213 étaient occupés par des employés réguliers. La répartition des postes par catégorie d'emploi et par centre administratif est la suivante :

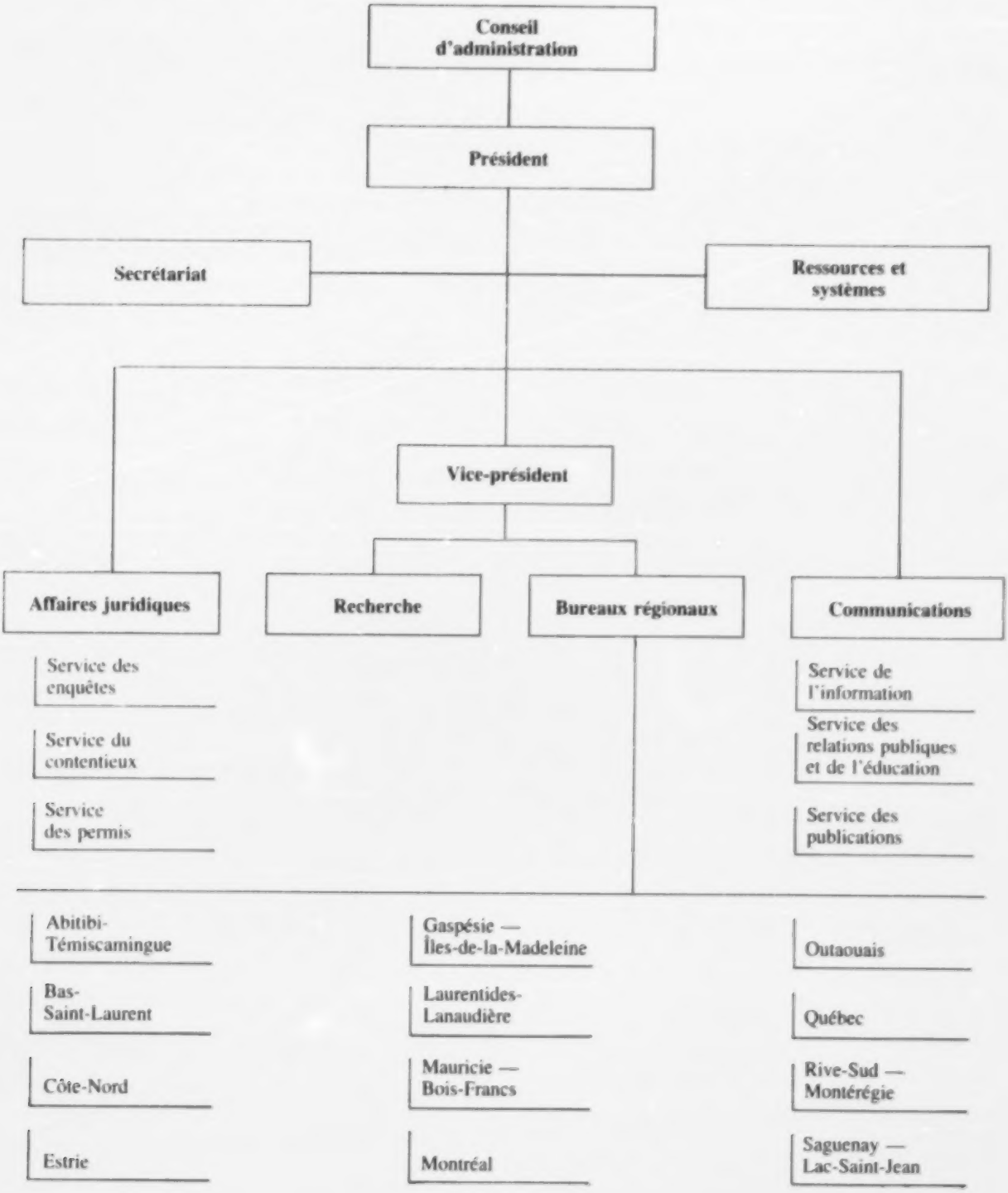
Effectifs au 31 mars 1985

Catégorie d'emploi	Postes occupés	Postes vacants	Postes autorisés
Cadres	14	—	14
Professionnels	73	8	81
Agents de maîtrise	3	—	3
Techniciens	8	1	9
Préposés aux renseignements	48	3	51
Personnel de bureau	68	—	68
Total	**213**	**13**	**226**

Employés réguliers par centre administratif au 31 mars 1985

Catégorie d'emploi	Bureaux administratifs Québec	Bureaux administratifs Montréal	Bureaux régionaux	Total
Cadres	7	6	—	13
Professionnels	28	33	12	73
Agents de maîtrise	3	—	—	3
Techniciens	6	1	1	8
Préposés aux renseignements	—	—	48	48
Personnel de bureau	32	20	16	68
Total	**76**	**60**	**77**	**213**

L'organigramme



Le personnel de direction

Bureau de direction	
Président :	Gilles Moreau
Vice-président :	vacant
Adjoint exécutif :	Jacques Vignola
Secrétariat :	Léon Samuel
Direction des affaires juridiques :	Jacques Dagenais
Service du contentieux :	Pierre Valois
Service des enquêtes :	Maurice Bussières
Service des permis :	Roger Desrochers
Direction des communications :	Suzanne Beaulieu
Service de l'information :	André Lachapelle
Service des relations publiques et de l'éducation :	Suzanne Beaulieu (par intérim)
Service des publications :	Jacques Elliott
Direction de la recherche :	Francine Boulet
Direction des ressources et des systèmes :	Gaétan Ste-Marie
Direction des bureaux régionaux :	Yvon Bélair

Les responsables des bureaux régionaux

Abitibi-Témiscamingue :	Hélène Fréchette
Bas-Saint-Laurent :	Ginette Girard
Côte-Nord :	Yves Leclaire
Estrie :	Francine Dufour
Gaspésie — Îles-de-la-Madeleine :	André Kelly
Laurentides-Lanaudière :	Jean-Jacques Marchand
Mauricie — Bois-Francs :	Jacques Brochu
Montréal :	Robert Bisaillon
Outaouais :	Micheline Y. Gamache
Québec :	Claude Ruel
Rive-Sud — Montérégie :	Pierre Aubry
Saguenay — Lac-Saint-Jean :	Léonard Fortin

Les ressources financières

Ressources budgétaires 1984-1985

Super-catégories de dépenses	Catégories de dépenses	$
Dépenses de fonctionnement	Traitements, salaires, etc.	6 489 700
	Autres rémunérations	325 800
	Transport et communications	336 200
	Services professionnels	1 733 000
	Entretien et réparations	1 100
	Loyers	342 000
	Fournitures et approvisionnement	143 000
	Équipement	12 000
	Autres dépenses	6 000
Dépenses de capital	Matériel et équipement	12 400
Dépenses de transfert	Subventions	649 000
Dépenses de prêts, placement et avances	Avances	1 000
Budget total		**10 051 200**

Les activités de 1984-1985

Introduction

L'Office a réalisé en 1984-1985 des activités destinées à concrétiser les cinq orientations suivantes :

1) accentuer la prévention afin que les consommateurs atteignent une véritable autonomie ;
2) privilégier une approche globale des problèmes de consommation ;
3) maintenir et développer les services de l'Office à ses diverses clientèles ;
4) accroître les interventions de l'Office dans les grands problèmes de consommation, même lorsqu'ils ne sont pas spécifiquement régis par les lois qu'il administre ;
5) améliorer la cohésion interne de l'Office ainsi que la gestion de ses ressources humaines.

Chacune des unités administratives s'est fixé, selon son rôle respectif, des objectifs devant favoriser l'atteinte des orientations la concernant.

Les consommateurs devant avoir à leur disposition toute information nécessaire pour les guider vers des choix rationnels, l'Office s'est montré de plus en plus présent dans les médias nationaux et régionaux. De nombreuses entrevues ont été accordées par le personnel de l'organisme et deux séries d'émissions télévisées réalisées à Trois-Rivières et à Sherbrooke sont venues s'ajouter aux séries produites antérieurement à Jonquière, Hull et Rouyn. La prévention a été assurée par le maintien des interventions dans les domaines où les consommateurs sont nombreux à se plaindre, soit la réparation d'automobiles et d'appareils domestiques (opérations auto-témoin, appareils domestiques-témoins). D'autre part, les studios de santé ont été l'objet d'une surveillance attentive ayant pour but une application rigoureuse de la loi dans ce secteur.

Par ailleurs, l'Office a poursuivi ses efforts dans le but de faciliter aux consommateurs l'accès à ses services. À l'exemple des bureaux régionaux de Québec et Montréal, qui sont ouverts à l'heure du dîner depuis avril 1984, six autres bureaux ont changé leur horaire en 1984-1985 afin d'offrir au public des services continus du matin au soir. Ce sont ceux de Longueuil, Hull, Saint-Jérôme, Trois-Rivières, Sherbrooke et Jonquière. Dans certains bureaux on a augmenté le nombre de lignes téléphoniques afin de répondre à un plus grand nombre de demandes.

Les magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself* sont demeurés pour l'Office un bon moyen de rejoindre les consommateurs. On y retrouve toujours des tests, mais également des guides d'achat pour certains produits (par exemple les magnétoscopes et les appareils de culture physique pour la maison) et tous les mois, quelques pages sont consacrées aux jeunes de 14 à 18 ans. En 1984-1985 ceux-ci ont eu l'occasion de se renseigner, entre autres, sur la recherche d'un emploi d'été, la publicité, le logement étudiant et les livres d'occasion.

Plusieurs activités ont été réalisées également en ce qui concerne l'éducation à la consommation. Le matériel pédagogique préparé à cette fin a été mis à l'essai, et les activités d'apprentissage ont été évaluées.

Les lois administrées par l'Office lui permettent de protéger les consommateurs dans un bon nombre de secteurs touchant la plupart d'entre eux. Toutefois, certains sujets ne sont pas directement réglementés bien qu'ils puissent représenter d'importants problèmes. Mais l'Office peut jouer un rôle préventif très actif dans ces domaines même s'ils ne sont pas régis spécifiquement par une des lois qu'il administre. Citons par exemple la vente d'automobiles entre particuliers, sujet pour lequel on note cette année la production d'un dépliant. Il convient de signaler également le dossier des systèmes de transfert électronique de fonds (STEF), dont l'Office continue de se préoccuper. Ces systèmes peuvent engendrer des problèmes pour les consommateurs, notamment en matière de sécurité et de fiabilité. On recherche donc des solutions qui soient applicables autant à court terme qu'à long terme. De plus, des renseignements ont été diffusés, durant la période des achats des Fêtes, sur les politiques d'échanges et de remboursements, sujet qui préoccupe beaucoup de gens. Chaque année, de nombreux Québécois font affaire avec les escompteurs d'impôt qui garantissent des retours d'impôt rapides mais dispendieux. L'Office a profité de la période des rapports d'impôt pour amener les consommateurs à envisager d'autres solutions que le recours à ces services au coût élevé.

Les consommateurs se sont encore adressés en très grand nombre cette année aux bureaux régionaux. Le total des demandes a augmenté de 9,3 %, passant à 347 026. Fait à noter, les plaintes ne représentent que 40,68 % de ce nombre, avec 141 160, et les demandes de renseignements en constituent 59,32 %, avec 205 866. Il s'agit d'une tendance qui se poursuit régulièrement depuis plusieurs années : en 1981-1982 la proportion était inverse, soit 59,2 % de plaintes et 40,8 % de demandes de renseignements. Par ailleurs, l'Office a dû intenter 508 poursuites contre des commerçants, obtenant 414 condamnations, pour 398 700 $ d'amendes.

Mentionnons enfin que les associations de consommateurs et les groupes d'action sociale sont demeurés des clientèles importantes pour l'Office. Une deuxième campagne de promotion des associations de consommateurs a été tenue cette année.

Les groupes d'action sociale, pour leur part, ont été renseignés sur les services de l'Office lors de sessions d'information. Ils étaient invités par la même occasion à signaler leurs problèmes particuliers et des actions ont été entreprises pour résoudre ces problèmes.

En ce qui concerne le dossier de la mousse isolante d'urée formaldéhyde, l'Office a continué d'assumer l'aide financière accordée par le gouvernement du Québec pour les causes-types. Le procès en Cour supérieure a débuté en septembre 1983 et se poursuit toujours. L'aide financière pour 1984-1985 se chiffre à 896 242 $, ce qui porte le total depuis 1982-1983 à 1 511 557 $ en expertises, honoraires et frais.

La Direction des bureaux régionaux

Le rôle des bureaux régionaux

L'Office assure une présence dans les différentes régions administratives du Québec par l'intermédiaire d'un réseau de douze bureaux régionaux. Ceux-ci accueillent toutes les demandes des consommateurs qui éprouvent à un moment ou l'autre le besoin de recourir aux services de l'Office, et dispensent des services que l'on peut regrouper en trois catégories : la surveillance du respect des lois, le renseignement, l'information et l'insertion dans le milieu.

La fonction primordiale d'un bureau régional étant le service de base à la clientèle, les activités du personnel sont donc orientées prioritairement vers la réponse aux demandes des consommateurs. Ceux-ci désirent soit se plaindre, soit se renseigner sur divers sujets. Le traitement des demandes est différent selon qu'elles concernent ou non un domaine régi par la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur les agents de voyages ou la Loi sur le recouvrement de certaines créances. Par domaine régi, on entend tout contrat conclu entre un consommateur et un commerçant dans le cours de son commerce et ayant pour objet un bien, un service ou une réparation, et tout message publicitaire servant à annoncer ces biens et services.

Les plaintes qui sont en rapport avec l'application des lois dont la responsabilité incombe à l'Office sont traitées de façon à assurer le respect de ces lois. C'est par une collaboration étroite et constante entre la Direction des bureaux régionaux et la Direction des affaires juridiques que ce résultat peut être obtenu. Pour ce qui est des demandes de renseignements concernant l'un ou l'autre aspect des secteurs commercial, manufacturier ou publicitaire dont les activités sont régies par les lois, les bureaux régionaux y répondent de la façon la plus appropriée : conseil avant achat, résultats d'un test sur un produit ou un service, envoi de la documentation pertinente etc.

Les plaintes et les demandes de renseignements en 1984-1985

Cette année, les bureaux régionaux ont reçu au total 347 026 demandes de consommateurs, soit 9,3 % de plus qu'au cours de l'exercice précédent.

Le nombre de plaintes se rapportant à des secteurs du ressort de l'Office a diminué de 25,6 % par rapport à l'exercice précédent, atteignant le total de 73 367. À cet égard, le domaine de l'automobile se classe au premier rang avec 27 271 plaintes reçues, soit 37,2 % du total des plaintes. Les consommateurs allèguent surtout des vices cachés, le non-respect des garanties et la courte durée de vie des véhicules. Les plaintes ayant trait à la construction, à la rénovation domiciliaire et à l'isolation viennent en second lieu : 7 161, soit 9,8 % du total. Les secteurs des appareils domestiques et du mobilier suivent avec respectivement 5,96 % et 5,93 % du total, soit 4 366 et 4 349 plaintes. Le secteur de l'audiovisuel représente 4,4 % du total des plaintes régies. Les autres plaintes se rapportent à des sujets variés.

Seules les plaintes fondées, c'est-à-dire causant un préjudice au consommateur et justifiant de ce fait une intervention de l'Office, au niveau civil ou pénal, donnent lieu à l'ouverture d'un dossier. En 1984-1985 le nombre de dossiers traités a été de 6 071, soit 623 de moins que l'an dernier. Cette diminution s'explique par l'utilisation depuis l'automne 1983 d'un nouveau système de statistiques où l'on regroupe dans des dossiers à cas multiples les problèmes communs à plusieurs consommateurs. C'est également le secteur de l'automobile qui se classe au premier rang à ce chapitre, représentant 27,9 % de l'ensemble des dossiers. Vient ensuite le secteur de la vente itinérante, particulièrement dans le domaine de l'isolation et de la rénovation domiciliaire avec 23,1 % du nombre de dossiers de plaintes. Suivent par ordre d'importance les dossiers ayant trait aux garanties, avec 9,05 % ; aux dispositions générales de la Loi sur la protection du consommateur, avec 9,02 % ; aux pratiques de commerce, avec 8 % ; aux ventes à distance (par correspondance), avec 5,7 %, et au louage de services à exécution successive, avec 5,23 %.

Par ailleurs, les bureaux régionaux ont reçu 67 793 plaintes concernant des domaines non régis par les lois administrées par l'Office. Ces plaintes concernaient trois secteurs principaux, soit l'automobile (ventes entre consommateurs), l'immobilier et différents organismes et entreprises.

En plus d'être intervenus dans les cas de plaintes de consommateurs, les bureaux régionaux ont traité 205 866 demandes de renseignements au cours de l'exercice financier, soit 33,6 % de plus que l'an dernier. Parmi ces demandes, on en dénombre 100 842 qui concernent un domaine régi par les lois administrées par l'Office. Il s'agisssait principalement de consommateurs demandant des conseils avant achat concernant l'automobile, les appareils domestiques et la rénovation domiciliaire (isolation). On note également de nombreuses demandes de documentation, tests, dépliants, brochures, se rapportant

aux lois administrées par l'Office ainsi qu'aux services qu'il offre. Les demandes de renseignements relatives à des domaines autres que ceux couverts par les lois se sont chiffrées pour leur part à 105 024, soit plus de la moitié du total. Elles ont trait surtout à l'automobile (prix de liste), à des services offerts par d'autres ministères ou organismes publics, à divers organismes et entreprises, et enfin à l'immobilier.

Répartition des demandes adressées aux bureaux régionaux en 1984-1985

	Plaintes		Demandes de renseignements		Total	
	nombre	%	nombre	%	nombre	%
Domaines régis par les lois de l'O.P.C.	73 367	21,14	100 842	29,06	174 209	50,20
Domaines non régis par les lois de l'O.P.C.	67 793	19,54	105 024	30,26	172 817	49,80
Total	**141 160**	**40,68**	**205 866**	**59,32**	**347 026**	**100,00**

Des services à la clientèle accrus

Durant l'année, l'Office a mis l'accent sur diverses mesures visant à accroître la qualité du service à la clientèle. Soulignons à cet égard, l'ouverture des bureaux à l'heure du dîner dans toutes les régions à l'exception de Rimouski, Rouyn, Gaspé et Sept-Îles. De même, certains autres bureaux régionaux ont réaménagé leur service téléphonique afin d'utiliser plus efficacement l'équipement mis à leur disposition. Mentionnons également la production de divers guides d'information destinés à informer les consommateurs sur des sujets d'actualité ou des sujets d'intérêt en consommation. Enfin, une attention particulière a été apportée au processus d'indemnisation des consommateurs. Pour obtenir gain de cause, plusieurs de ceux-ci n'ont eu qu'à faire parvenir au commerçant concerné le formulaire de plainte de l'Office, dûment rempli. Dans la majorité des cas cependant l'Office a dû exercer une médiation auprès du commerçant. Ces différents moyens ont porté fruit pour 63,2 % des consommateurs touchés, soit un taux d'indemnisation supérieur de 6,2 % à celui de l'exercice précédent.

En ce qui concerne les associations de consommateurs, les bureaux régionaux ont poursuivi leur collaboration régulière. Pour leur part, les bureaux du Saguenay — Lac-Saint-Jean, de la Côte-Nord et de la Rive-Sud — Montérégie ont participé à l'organisation de sessions d'information destinées aux groupes d'action sociale. Un bon nombre de commerçants, pour leur part, ont été informés des dispositions des lois qui les touchent plus particulièrement, et ce lors de sessions d'information à des groupes, par l'envoi de documentation ou par des rencontres concernant des cas ponctuels.

La qualité des services à la clientèle dépendant en grande partie de la formation du personnel concerné, la Direction a produit et distribué aux responsables régionaux un programme-cadre de formation de base en région. De plus, des sessions de formation ont été données à plusieurs préposés aux renseignements et employées de secrétariat.

La prévention en vue de l'autonomie des consommateurs

L'Office a continué à mettre l'accent en 1984-1985 sur l'application systématique de mesures propres à rendre les consommateurs plus autonomes et, le cas échéant, à favoriser leur indemnisation sans qu'ils aient besoin de recourir aux tribunaux.

C'est ainsi que, conscient du fait que l'Office ne pourra jamais suffire à répondre à toutes les demandes individuelles des consommateurs, le personnel des bureaux régionaux incite les consommateurs qui se plaignent d'avoir été lésés par des commerçants à accomplir eux-mêmes une première démarche auprès de ces derniers afin de régler leurs problèmes. Afin d'encourager les consommateurs à faire cette première démarche, on leur remet un formulaire de plainte dont une copie est destinée au commerçant et l'autre au bureau régional. La copie expédiée au commerçant facilite cette première démarche puisqu'elle permet de mieux circonscrire les faits et de favoriser ainsi la conciliation entre le consommateur et le commerçant.

Par ailleurs, si la première démarche auprès du commerçant s'avère infructueuse, le bureau régional prend des mesures pour favoriser l'indemnisation des consommateurs. Il intervient alors par un processus de médiation entre le consommateur et le commerçant. Cette étape constitue la plupart du temps la dernière chance qu'a le consommateur de voir reconnaître ses droits avant de les faire valoir devant les tribunaux.

En 1984-1985, cette technique de médiation a été utilisée pour 4 460 dossiers et a porté fruit dans une proportion de 49,4 %. En valeur monétaire, une somme de 504 707 $ a pu ainsi être obtenue par des consommateurs grâce à l'action des bureaux régionaux de l'Office. Ce chiffre ne tient pas compte, toutefois, des divers autres types d'indemnisation non monnayables tel le respect des garanties.

L'information compte parmi les mesures importantes destinées à favoriser la prise en charge des consommateurs par eux-mêmes. Plusieurs activités d'information ont donc été réalisées au niveau régional afin de renseigner la population sur le contenu des lois que l'Office administre. Les programmes régionaux de communication ont été orientés vers les médias de masse, les associations et organismes s'occupant de protection du consommateur et les associations de commerçants. Soulignons la participation en 1984-1985 à 432 émissions de radio et à 140 émissions de télévision, de même que la diffusion dans deux régions, celles de la Mauricie — Bois-Francs et de l'Estrie, de séries d'émissions télévisées hebdomadaires, à la réalisation desquelles a participé le personnel des bureaux régionaux concernés. De plus, les bureaux régionaux ont émis 138 communiqués de presse qui avaient principalement pour but de mettre les consommateurs en garde contre certaines tactiques de vente ainsi que de les renseigner sur la qualité de produits ou de services offerts sur le marché.

L'approche globale des problèmes de consommation

Les bureaux régionaux adoptent de plus en plus l'approche globale pour la résolution de certains problèmes. Leur intervention peut consister à rencontrer un commerçant ou un manufacturier afin d'obtenir une entente en faveur des consommateurs, à négocier avec les greffes de la Cour des petites créances afin de regrouper des causes similaires contre un même commerçant, à communiquer avec un groupe de consommateurs qui doivent exercer leurs droits contre un même commerçant afin de les informer des meilleurs moyens d'obtenir satisfaction. Ce type d'intervention permet d'assurer une indemnisation touchant un nombre significatif de consommateurs même si certains, parfois, n'ont pas fait appel aux services des bureaux régionaux. De nouveaux moyens d'intervention, tels que l'avis régional et l'engagement volontaire régional, sont aussi utilisés.

Cette approche demande une coordination accrue des activités du réseau et une concertation étroite avec la Direction des affaires juridiques. On note, dans ce but, la création d'une unité d'analyse composée d'employés des deux directions. Cette unité, encore très récente, permet le regroupement des cas similaires signalés dans plusieurs régions, et par conséquent un traitement plus global des problèmes. Pour permettre tout cela, d'importants changements ont commencé à être apportés aux méthodes de travail des deux directions et continueront de l'être au cours de la prochaine année.

Plaintes concernant des domaines régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport : achat — location — réparation	17 703	9 568	27 271
2	Habitation	3 975	3 186	7 161
3	Appareils domestiques (gros)	2 479	1 887	4 366
4	Meubles — mobilier	3 326	1 023	4 349
5	Audiovisuel	2 155	1 084	3 239
6	Publications /édition	1 577	1 279	2 856
7	Vêtements	2 070	652	2 722
8	Organismes et entreprises	9	2 707	2 716
9	Enseignement	451	1 650	2 101
10	Énergie — appareils de chauffage	880	756	1 636
11	Argent — prêt (crédit)	13	1 305	1 318
12	Appareils domestiques (petits)	797	420	1 217
13	Voyages — hôtels — restaurants	355	736	1 091
14	Jouets	836	176	1 012
15	Aliments	524	376	900
16	Communications électroniques	477	272	749
17	Argent — recouvrement	3	742	745
18	Sports et loisirs	426	273	699
19	Machinerie et outils	460	161	621
20	Bijoux	416	177	593
21	Ministères et organismes publics	12	573	585
22	Animaux	418	112	530
23	Agences	13	399	412
24	Instruments de précision	287	115	402
25	Vaisselleric	279	101	380
26	Énergie — types de combustible	163	204	367
27	Services professionnels	16	324	340
28	Instruments de musique	207	121	328
29	Produits de beauté /esthétique et soins	163	146	309
30	Assurances	0	231	231
31	Médicaments — drogues — prothèses	152	65	217
32	Funérailles	58	122	180
33	Produits d'entretien ménager	116	55	171
34	Déménagement	61	98	159
35	Camping	74	20	94
36	Argent — placement	4	74	78
37	Énergie — compteur	34	20	54
38	Feu — vol	22	17	39
39	Autres	701	428	1 129
	Total	**41 712**	**31 655**	**73 367**

Biens : 56,9 %
Services : 43,1 %

Plaintes concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport : achat — location — réparation	11 524	4 415	15 939
2	Habitation	5 349	5 701	11 050
3	Organismes et entreprises	13	4 382	4 395
4	Assurances	13	4 061	4 074
5	Meubles — mobilier	2 588	1 399	3 987
6	Ministères et organismes publics	23	3 112	3 135
7	Services professionnels	23	2 937	2 960
8	Vêtements	1 753	1 167	2 920
9	Appareils domestiques (gros)	1 464	759	2 223
10	Audiovisuel	955	803	1 758
11	Aliments	1 206	393	1 599
12	Communications électroniques	321	725	1 046
13	Publications /édition	403	523	926
14	Argent — prêt (crédit)	5	785	790
15	Voyages — hôtels — restaurants	208	572	780
16	Appareils domestiques (petits)	420	322	742
17	Énergie — appareils de chauffage	276	425	701
18	Machinerie et outils	348	218	566
19	Enseignement	106	445	551
20	Médicaments — drogues — prothèses	333	215	548
21	Bijoux	314	227	541
22	Sports et loisirs	324	195	519
23	Énergie — types de combustible	144	365	509
24	Animaux	347	107	454
25	Déménagement	66	377	443
26	Jouets	340	43	383
27	Énergie — compteur	125	250	375
28	Argent — recouvrement	3	336	339
29	Produits de beauté /esthétique et soins	141	180	321
30	Argent — placement	2	279	281
31	Instruments de précision	162	112	274
32	Instruments de musique	157	95	252
33	Agences	3	217	220
34	Vaisselierie	154	42	196
35	Produits d'entretien ménager	69	50	119
36	Funérailles	29	81	110
37	Camping	61	33	94
38	Feu — vol	23	41	64
39	Autres	686	923	1 609
	Total	**30 481**	**37 312**	**67 793**

Biens : 45 %
Services : 55 %

Demandes de renseignements concernant des domaines régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport : achat — location — réparation	16 278	5 915	22 193
2	Ministères et organismes publics	112	14 440	14 552
3	Appareils domestiques (gros)	9 081	1 289	10 370
4	Organismes et entreprises	20	8 039	8 059
5	Habitation	3 285	2 566	5 851
6	Appareils domestiques (petits)	5 053	370	5 423
7	Audiovisuel	3 421	674	4 095
8	Publications /édition	2 242	1 229	3 471
9	Meubles — mobilier	1 677	837	2 514
10	Argent — prêt (crédit)	34	2 335	2 369
11	Énergie — appareils de chauffage	1 545	748	2 293
12	Enseignement	512	1 717	2 229
13	Vêtements	1 126	622	1 748
14	Voyages — hôtels — restaurants	475	1 102	1 577
15	Jouets	1 024	83	1 107
16	Aliments	525	456	981
17	Communications électroniques	750	160	910
18	Machinerie et outils	807	90	897
19	Sports et loisirs	636	183	819
20	Argent — recouvrement	1	779	780
21	Produits de beauté /esthétique et soins	511	195	706
22	Agences	10	586	596
23	Énergie — types de combustible	425	145	570
24	Services professionnels	35	388	423
25	Funérailles	118	288	406
26	Instruments de précision	349	44	393
27	Assurances	7	368	375
28	Vaissellerie	293	77	370
29	Bijoux	224	82	306
30	Produits d'entretien ménager	243	50	293
31	Feu — vol	246	31	277
32	Médicaments — drogues — prothèses	219	57	276
33	Instruments de musique	198	58	256
34	Camping	159	15	174
35	Animaux	122	51	173
36	Argent — placement	2	135	137
37	Déménagement	65	66	131
38	Énergie — compteur	86	20	106
39	Autres	1 400	1 236	2 636
	Total	**53 316**	**47 526**	**100 842**

Biens : 52,9 %
Services : 47,1 %

Demandes de renseignements concernant des domaines non régis par les lois

Rang	Biens et services	Biens	Services	Total
1	Véhicules de transport : achat — location — réparation	16 372	5 412	21 784
2	Ministères et organismes publics	27	16 381	16 408
3	Organismes et entreprises	18	12 303	12 321
4	Habitation	5 330	5 663	10 993
5	Assurances	31	7 425	7 456
6	Appareils domestiques (gros)	3 035	875	3 910
7	Meubles — mobilier	1 897	914	2 811
8	Audiovisuel	1 921	698	2 619
9	Services professionnels	28	2 459	2 487
10	Appareils domestiques (petits)	2 108	293	2 401
11	Argent — prêt (crédit)	19	1 721	1 740
12	Publications /édition	1 004	554	1 558
13	Énergie — appareils de chauffage	978	540	1 518
14	Enseignement	301	1 122	1 423
15	Vêtements	940	482	1 422
16	Aliments	804	436	1 240
17	Jouets	1 022	128	1 150
18	Communications électroniques	640	490	1 130
19	Voyages — hôtels — restaurants	202	506	708
20	Machinerie et outils	519	143	662
21	Sports et loisirs	468	172	640
22	Produits de beauté /esthétique et soins	350	266	616
23	Argent — placement	6	602	608
24	Énergie — types de combustible	268	285	553
25	Agences	3	514	517
26	Argent — recouvrement	2	483	485
27	Médicaments — drogues — prothèses	328	124	452
28	Instruments de précision	301	98	399
29	Bijoux	258	121	379
30	Déménagement	73	277	350
31	Animaux	213	105	318
32	Instruments de musique	179	69	248
33	Funérailles	102	134	236
34	Vaisselleric	181	55	236
35	Produits d'entretien ménager	143	69	212
36	Énergie — compteur	81	106	187
37	Feu — vol	113	55	168
38	Camping	87	34	121
39	Autres	1 196	1 362	2 558
	Total	**41 548**	**63 476**	**105 024**

Biens : 39,6 %
Services : 60,4 %

La Direction des affaires juridiques

Le mandat de la Direction des affaires juridiques est d'assurer le respect des lois dont la surveillance est confiée à l'Office, soit la Loi sur la protection du consommateur, la Loi sur les agents de voyages et la Loi sur le recouvrement de certaines créances. La Direction effectue des enquêtes à partir de plaintes acheminées par les bureaux régionaux ou portées à son attention par toute autre source. On vérifie s'il y a infraction à la loi, la gravité de cette infraction et sa fréquence. Selon la nature des dossiers, divers moyens sont utilisés pour prévenir ou corriger des pratiques commerciales déficientes : la mise en demeure, l'engagement volontaire (entente écrite signée par le commerçant), la poursuite ou l'injonction. Dans tous les cas où plusieurs personnes ont été lésées, on cherche à indemniser les consommateurs.

Afin de faciliter le respect de la loi et de prévenir les infractions, l'Office joue un rôle-conseil auprès des milieux d'affaires. Il maintient des liens avec les associations de commerçants, il s'assure de la légalité d'une pratique commerciale ou d'un contrat et diffuse des bulletins portant sur l'application de la loi lorsqu'un problème généralisé est détecté dans un secteur du commerce.

La Direction agit aussi à titre de conseiller juridique auprès des bureaux régionaux en leur fournissant les avis juridiques dont ils ont besoin pour répondre aux demandes des consommateurs.

L'objectif de l'Office est d'assainir les pratiques commerciales dans les secteurs du commerce soumis à sa juridiction, particulièrement ceux faisant l'objet d'un grand nombre de plaintes.

Permis et cautionnements

Un contrôle spécifique est exercé sur les commerçants faisant affaires dans les secteurs de la vente itinérante, du prêt d'argent, des studios de santé, des voyages et du recouvrement de créances. La loi les oblige à détenir un permis et à déposer un cautionnement (sauf dans le cas des prêteurs d'argent). Le cautionnement garantit l'exécution d'un jugement obtenu en vertu de la loi par un consommateur à l'égard d'un commerçant. De plus, un commerçant peut se voir retirer son permis s'il ne se conforme pas à la loi.

L'Office détient de plus quelque 500 cautionnements d'entreprises qui désirent être exemptées de certaines obligations auxquelles la loi les assujettit, notamment en ce qui concerne le maintien d'un compte en fiducie pour la vente au détail et la non-perception du paiement avant livraison, en matière de vente par correspondance.

La Loi sur la protection du consommateur

L'automobile

L'automobile constitue le plus important secteur d'activités de l'Office. C'est celui qui fait l'objet du plus grand nombre de plaintes de la part des consommateurs ; près du quart des enquêtes et des poursuites y sont consacrées, concernant la fraude, la réparation et la vente d'automobiles et de motocyclettes usagées.

Pour détecter et prévenir la fraude dans la réparation des automobiles, le Service des enquêtes poursuit ses opérations « auto-témoin ». Des spécialistes en mécanique provoquent un problème mineur sur une automobile en parfait état de fonctionnement. On fait réparer celle-ci et on vérifie ensuite si des réparations inutiles ont été effectuées, si les pièces facturées ont été effectivement installées et si le travail pour lequel le garagiste veut être payé a réellement été fait.

Cette année, 86 vérifications ont été effectuées dans le cadre de ce programme, dont les résultats se font nettement sentir. On constate en effet que le taux de fraude est en régression constante depuis le début des opérations il y a plus de trois ans : il est passé de 43 % en 1982-1983 à 14 % en 1984-1985.

Dans le secteur de la réparation de silencieux, d'amortisseurs et de freins, l'Office a conclu une entente avec les principales chaînes de réparateurs qui offrent des « garanties à vie » pour empêcher l'utilisation de cette expression inexacte et faire inscrire dans les messages publicitaires le fait, généralement omis, que cette garantie n'est pas gratuite.

En plus des enquêtes courantes sur les diverses plaintes reçues, quelques « blitz » régionaux sont également effectués par un groupe d'enquêteurs qui procèdent à l'inspection complète du mode d'opération de tous les établissements d'une région ou d'un centre. Une telle enquête a été menée par exemple dans la région de Sherbrooke. On a constaté que plusieurs des vendeurs de voitures d'occasion n'inscrivaient pas sur l'étiquette apposée sur l'automobile la garantie prévue par la loi. D'autres n'indiquaient pas sur la facture de réparation que celle-ci était garantie pour trois mois. À la suite de cette opération spéciale, 22 chefs d'accusation ont été déposés contre neuf commerçants tandis qu'une quinzaine d'autres ont reçu un avis légal les sommant de se conformer à la loi sous peine de poursuites.

Afin d'exercer un meilleur contrôle sur le commerce des garanties dites supplémentaires vendues par des entreprises spécialisées sur des véhicules usagés ou neufs, l'Office a préparé des amendements à la loi pour obliger ces commerçants à détenir un permis, à fournir un cautionnement et à maintenir des fonds de réserve suffisants. Ces articles de loi devraient entrer en vigueur au cours de l'exercice financier 1985-1986.

Enfin, en ce qui concerne les défauts techniques sur des véhicules, l'Office négocie avec divers manufacturiers des règlements globaux en faveur des consommateurs.

La publicité et les pratiques commerciales déloyales

La loi interdit la publicité et les représentations trompeuses aux consommateurs sous toutes formes ainsi que la publicité destinée aux enfants. Afin d'assurer le respect de ces dispositions, l'Office surveille de façon permanente la publicité télévisée et écrite. Au besoin, on intervient tant auprès des annonceurs que du média d'information concerné. Les résultats de cette surveillance pratiquée depuis le début de l'entrée en vigueur de la loi, en 1980, ont permis d'assainir considérablement ce secteur. Quant à la publicité destinée aux enfants, très peu d'infractions sont signalées.

Pour l'ensemble de ce domaine, 151 entreprises ont fait l'objet d'enquêtes et 63 jugements ont été obtenus pour des amendes totalisant 113 900 $.

La réparation d'appareils domestiques

Dans ce secteur, afin de détecter et de prévenir les fraudes, il existe deux opérations-témoins semblables à celle sur l'automobile. L'une concerne la réparation de téléviseurs et l'autre, la réparation de gros appareils domestiques tels les cuisinières et les réfrigérateurs. Quarante et un réparateurs de téléviseurs ont été visités à travers le Québec et de ce nombre, cinq ont été poursuivis. Là, comme pour l'automobile, le taux d'infraction, de 22 %, est en baisse par rapport aux années précédentes. Il était notamment de 44 % en 1982-1983.

Enfin, six opérations-témoins ont été effectuées chez des réparateurs de gros appareils domestiques à la suite de plusieurs plaintes. Trois ont été poursuivis.

Les studios de santé

Ces établissements, dont la popularité renaît depuis quelque temps, particulièrement dans la région de Montréal, ferment souvent peu de temps après leur ouverture. Ils laissent ainsi en plan plusieurs consommateurs qui avaient payé pour toute une année.

Une attention particulière a donc été accordée à ce secteur au cours de l'année. Des enquêtes ont été effectuées dans 82 studios, soit plus de la moitié de ceux qui opèrent au Québec. On s'assure que chaque établissement détient son permis et ne perçoit pas de ses clients, le paiement total des frais d'abonnement dès la signature du contrat. Cette pratique est interdite par la loi, qui prévoit un minimum de deux versements sensiblement égaux afin de minimiser les pertes des consommateurs en cas de fermeture. Soixante et une poursuites ont été déposées et 41 jugements obtenus pour quelque 43 000 $ d'amendes. L'Office a également assisté plusieurs centaines de consommateurs dans leur tentative de se faire indemniser auprès de la Cour des petites créances.

Enfin, pour faciliter le respect de la loi, une lettre d'affaires rappelant les principales obligations que leur impose la loi a été expédiée à tous les détenteurs de permis.

La rénovation domiciliaire

Ce secteur est assujetti aux dispositions de la loi sur les représentations trompeuses, les garanties et la vente itinérante. Les problèmes d'inexécution des travaux ou de malfaçon par des entrepreneurs qui disparaissent après avoir perçu un paiement important sont fréquents. Au cours de l'année, l'Office a concentré plus particulièrement ses efforts sur les entreprises d'installation de systèmes bi-énergie et de pavage d'entrées résidentielles, en raison du nombre important de plaintes s'y rapportant. Cent huit entreprises ont fait l'objet d'enquêtes et 154 poursuites ont été déposées. Plus de 68 000 $ d'amendes ont été perçus.

Le crédit

Puisque la loi réglemente la publicité sur le crédit, celle-ci est surveillée de façon permanente au même titre que la publicité trompeuse et la publicité destinée aux enfants. Après cinq ans d'application, peu d'infractions à la loi sont à signaler.

Face au phénomène relativement récent de la fluctuation des taux d'intérêt et afin de s'ajuster à cette nouvelle réalité, l'Office a préparé un amendement à la loi de façon à permettre la fluctuation des taux en matière de prêt à la consommation. La Loi sur la protection du consommateur prévoyait auparavant que le taux d'intérêt devait être fixe pour toute la durée du contrat.

La Loi sur le recouvrement de certaines créances

Cette loi vise à assurer que les personnes qui recouvrent une créance pour autrui le fassent avec honnêteté et compétence. Ainsi, elles doivent détenir un permis pour l'obtention duquel elles ont à verser un cautionnement qui servira à indemniser les personnes lésées par un manquement à la loi. De plus, l'argent recouvré doit être déposé dans un compte en fiducie jusqu'à ce qu'il soit remis à la personne pour qui il a été perçu. Enfin, les agents de recouvrement doivent soumettre leurs pratiques à des normes strictes. La loi interdit, en effet, un certain nombre de pratiques comme les menaces, l'intimidation et le harcèlement.

L'Office a conduit douze enquêtes relativement à ces entreprises et déposé trois poursuites.

La Loi sur les agents de voyages

La Loi sur les agents de voyages, dont l'application a été confiée à l'Office en décembre 1981, a pour but d'assurer des normes de compétence et d'éthique dans cette industrie, et de protéger les consommateurs en cas de déconfiture d'une agence. Cette loi prévoit notamment l'obligation de détenir un permis et de déposer en fiducie l'argent des consommateurs jusqu'à ce que les services soient payés au fournisseur ; de plus, tout agent, grossiste ou détaillant, doit, en proportion avec son chiffre d'affaires, fournir un cautionnement individuel et cotiser à un fonds collectif.

Le fonds des grossistes et celui des détaillants, qui comptent plus de trois millions et demi de dollars, sont gérés par l'Office. Ils servent à rembourser les consommateurs en cas de problème.

Au cours de l'année, le président de l'Office a annulé les permis de quatre agences. Des fiduciaires ont été nommés pour assurer l'indemnisation des clients. Par ailleurs, quelque 340 000 $ ont été payés à des consommateurs à même les fonds, à titre de remboursement pour des services non rendus ou encore à titre de dommage-intérêt.

L'Office exerce un rôle préventif dans ce domaine en procédant à l'inspection d'agences de voyages. Cette année, 235 d'entre elles ont été l'objet de tels examens attentifs. En plus de vérifier si l'agence détient son permis, on s'assure que les sommes détenues dans le compte en fiducie correspondent effectivement aux dépôts des clients. Au total, 58 poursuites ont été intentées et 63 jugements obtenus, totalisant 55 000 $ d'amendes.

Afin de remédier à certaines lacunes relativement à la connaissance de la loi, quatre sessions d'information ont été organisées au cours de l'année, à l'intention des nouveaux agents. Une lettre d'affaires sur la tenue du compte en fiducie ainsi qu'un guide d'application de la loi ont été expédiés à tous les détenteurs de permis.

Permis délivrés et droits perçus en 1984-1985

	Permis délivrés	Droits perçus $	Total des permis en vigueur au 31 mars 1985
Commerçants itinérants	1 095	203 785	1 716
Prêteurs d'argent	69	12 075	97
Studios de santé	80	14 525	135
Agents de recouvrement	17	2 975	53
Agents de voyages	1 293	111 899	976
Total	**2 554**	**345 259**	**2 977**

État des fonds collectifs des agents de voyages au 31 mars 1985

	Contributions de base	Intérêts accumulés	Total	Paiements effectués en cours d'exercice
Détaillants	1 315 000 $	524 000 $	1 839 000 $	228 000 $
Grossistes	1 151 000 $	765 000 $	1 916 000 $	69 000 $
Total	**2 466 000 $**	**1 289 000 $**	**3 755 000 $**	**297 000 $**

Synthèse des principales activités en 1984-1985, par secteur

Activités	Enquêtes	Poursuites	Jugements	Amendes $	Avis
Automobile	302	85	75	46 000	978
Publicité et pratiques de commerce	150	45	63	113 900	310
Crédit	37	1	2	1 500	46
Rénovation domiciliaire et isolation	108	154	59	68 200	117
Studios de santé et autres services à exécution successive	117	79	49	46 900	47
Fiducie	20	5	3	1 500	13
Réparation de téléviseurs et appareils domestiques	74	32	34	23 200	53
Recouvrement de créances	12	3	4	1 550	8
Agents de voyages	266	58	63	55 750	16
Autres	77	46	62	40 200	349
Total	**1 163**	**508**	**414**	**398 700**	**1 937**

La Direction des communications

La Direction des communications a pour rôle de promouvoir, auprès des consommateurs, la meilleure connaissance possible de l'Office et de ses services, des lois qu'il est chargé d'appliquer, ainsi que de tout élément de protection du consommateur dans son sens le plus large. De plus, la Direction collabore à la mise sur pied d'un programme d'éducation à la consommation en milieu scolaire. Enfin, elle coordonne les activités d'un centre de documentation dont le rôle est de recueillir et traiter toute information non administrative et de la diffuser au personnel de l'Office.

Information

Cette année encore, l'Office a été très présent dans les médias, que ce soit par l'émission de communiqués de presse, des entrevues accordées à différentes stations de radio et de télévision ou la participation à des chroniques régulières. Ces divers moyens contribuent à l'autonomie des consommateurs en les renseignant sur les lois que l'Office administre et les pratiques commerciales déloyales qu'il faut savoir déceler. Les tests et articles de fond des magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself* sont également largement diffusés.

L'Office a collaboré à la réalisation de deux séries d'émissions télévisées qui ont été produites en région. À Trois-Rivières, les stations CKTM-TV et Radio-Québec Centre-du-Québec se sont jointes à l'Office pour la production de 13 émissions, tandis qu'à Sherbrooke, c'est CKSH-TV et Radio-Québec Estrie qui ont participé à une série de 12 émissions.

Afin d'informer les consommateurs sur leurs droits et recours, l'Office dispose d'une série de onze dépliants et de six guides d'application sur les lois qu'il administre. En 1984-1985, on note la production d'un nouveau dépliant intitulé *Automobile — les transactions entre particuliers*. Bien que n'étant pas couvert par la loi, ce sujet fait l'objet de fréquentes demandes de renseignements dans les bureaux régionaux. Le dépliant contient deux copies de contrat pouvant être utilisées par l'acheteur et le vendeur. L'Office accroît ainsi ses interventions dans les grands problèmes de consommation même s'ils ne sont pas couverts par une des lois qu'il administre.

À ce chapitre, mentionnons également des feuillets d'information, intitulés *À propos*, qui ont aussi été mis à la disposition des consommateurs. En créant ce nouvel outil d'information, l'Office a voulu réunir en un seul document toutes les questions, réponses et remarques portant sur un sujet d'intérêt pour les consommateurs. Les politiques d'échanges et de remboursements, les escompteurs d'impôt, la Cour des petites créances sont les sujets qui ont été portés à l'attention du public par le biais d'*À propos*.

La Direction des communications a accentué son rôle de soutien aux activités de communications entreprises par les bureaux régionaux. La régionalisation des documents destinés à la presse a permis de rejoindre plus efficacement les consommateurs qui vivent en dehors des grands centres urbains. D'autres moyens, tel des synthèses de chroniques et des éléments visuels, ont aussi été produits afin de faciliter la participation des représentants régionaux à des chroniques régulières dans les médias électroniques.

Sur le plan de la communication interne, la Direction des communications a produit le bulletin mensuel *Livraison spéciale* qui, tout en permettant une meilleure circulation de l'information administrative, favorise une communication accrue entre les employés de l'Office.

Une politique d'accueil des nouveaux employés a aussi été élaborée et mise en application. Elle vise à initier tout nouvel employé à son travail, à favoriser son intégration dans son nouveau milieu et à développer son sentiment d'appartenance à l'Office.

Publications

L'année 1984-1985 a marqué un point tournant pour le Service des publications. Près de 140 000 abonnements aux magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself* ont expiré entre janvier et juin 1984. Alors qu'en janvier 1984 le tirage de *Protégez-Vous* atteignait 199 783 exemplaires et celui de *Protect Yourself* 15 240, il a chuté à 166 352 en juin pour *Protégez-Vous* et augmenté à 18 579 pour *Protect Yourself*. En février 1985, grâce à une campagne de promotion, le tirage de *Protégez-Vous* est remonté à 185 000 et celui de *Protect Yourself* a continué sa progression pour atteindre 21 600 exemplaires vendus.

L'Office a accentué ses efforts en vue d'offrir aux lecteurs et lectrices de ses magazines un contenu qui réponde le plus fidèlement possible à leurs attentes. La formule des guides d'achat a été renforcée. Compromis entre l'article d'information et le test, le guide d'achat permet aux lecteurs et lectrices des magazines d'obtenir tous les renseignements sur un bien ou un service ; il est suivi d'un tableau facilitant la prise de décision en vue d'un éventuel achat.

Parmi les dossiers importants, notons les aliments préparés pour bébés, le coût des médicaments, les

produits et régimes amaigrissants, les centres d'accueil pour personnes âgées, les régimes enregistrés d'épargne-retraite et les guichets automatiques. Mentionnons par ailleurs qu'en 1984, la Fondation québécoise d'éducation économique a décerné à un des collaborateurs des magazines, M. Henri-Paul Rousseau, un prix pour un dossier intitulé *Les banques aux rayons X*, paru en janvier 1984.

Quatre cahiers spéciaux ont été encartés dans les pages de chacun des magazines : un guide de huit pages sur les associations de consommateurs et un autre de 32 pages intitulé *Jeunes consommateurs*, en novembre 1984, le *Guide des jouets 1985* de l'Association des consommateurs du Québec, en décembre 1984 et le *Guide budgétaire annuel* de 16 pages préparé par la Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF), publié en janvier 1985.

L'équipe de rédaction a travaillé en collaboration avec les associations de consommateurs. Les associations coopératives d'économie familiale (ACEF), l'Association pour la protection des automobilistes (APA), le Club automobile et Touring Club, le Centre d'inspection et de prévention automobile de l'Estrie (CIPAE) et l'Association des consommateurs du Québec (A.C.Q.) ont participé à la vérification ou la rédaction d'articles ou de cahiers spéciaux.

Cette année, l'accent a également été mis sur la chronique destinée aux jeunes dans le magazine *Protégez-Vous*. Une collaboration étroite entre l'équipe d'éducation et celle de la revue a permis la production mensuelle d'un ou plusieurs articles s'adressant spécialement aux jeunes, pour les informer de leurs droits et leur suggérer des choix de consommation qui tiennent compte de leurs revenus. Ces articles sont également utilisables par les enseignants des programmes d'Économie familiale et d'Éducation économique, pour lesquels ils représentent des textes de soutien ou de référence dans le cadre de leurs cours.

Relations publiques

Les relations avec les associations de consommateurs et les groupes d'action sociale sont demeurées, cette année encore, très importantes pour la Direction. Ces groupes étant considérés comme des clientèles prioritaires, l'objectif était de leur faciliter l'information, la rétroinformation et l'accès aux ressources de l'Office, et de leur fournir le soutien technique dont ils ont besoin.

Sept sessions d'information et de consultation ont été organisées. Elles ont eu lieu à Montréal, Jonquière, Alma, Sorel, Les Escoumins, Baie-Comeau et Sacré-Coeur. Ces sessions étaient aussi l'occasion de présenter à ces groupes le matériel et les outils préparés par l'Office afin de les aider dans leur travail d'animation auprès de clientèles spécifiques. Entre autres, le guide *Faut voir à son affaire*, regroupant 13 séances d'information-types sur la Loi sur la protection du consommateur a été rédigé dans cette intention et a été largement utilisé par ces groupes et même par des enseignants, pour présenter les droits et recours des consommateurs.

La Direction a également continué à renseigner les associations de consommateurs et à diffuser les informations en provenance de ces groupes par le bulletin de liaison bimestriel *Au fait* . . . Pour répondre à une demande formulée par les associations des régions de Montréal et de l'Outaouais, deux rencontres entre celles-ci et la Direction des affaires juridiques ont eu lieu, en juin 1984 et en février 1985 ; elles ont permis d'échanger sur le mode d'action de cette direction et d'assurer une meilleure coordination dans certains dossiers communs.

Pour une deuxième année consécutive, l'Office, de concert avec les associations de consommateurs, a mené en octobre une campagne de promotion de ces organismes auprès du public et des médias, en mettant l'accent sur les réalisations des associations et l'engagement social de leurs leaders et de leurs bénévoles.

En ce qui concerne les groupes d'action sociale, l'Office a poursuivi ses efforts auprès des animateurs ou représentants des groupes qui travaillent essentiellement auprès des plus démunis de la société : personnes âgées, communautés culturelles, bénéficiaires de l'aide sociale, chômeurs, personnes handicapées, analphabètes. Ceux-ci font face à de sérieux problèmes de consommation, et il est difficile de les rejoindre par les médias traditionnels. Des instruments d'information ont été produits sur des sujets que ces groupes ont identifiés comme importants pour eux, notamment les coûts cachés du logement et les escompteurs d'impôt.

Pour soutenir le travail des alphabétiseurs qui ne possédaient pas d'outils pédagogiques portant sur la consommation, l'Office a fait réaliser une série de documents. Les sujets retenus sont le crédit, la vente itinérante, les automobiles d'occasion, les garanties, le logement et la publicité.

En outre, l'Office a amorcé des relations avec la clientèle des personnes âgées, qui a des problèmes spécifiques de consommation. On a identifié et contacté les principaux relayeurs d'information qui travaillent auprès d'elles, dans le but de connaître leurs activités et les besoins de leur clientèle.

Éducation

La mise à l'essai du matériel pédagogique préparé à l'intention des enseignants du programme Formation personnelle et sociale s'est déroulée auprès d'une centaine d'enseignants des niveaux primaire et secon-

daire. Toutes les activités d'apprentissage ont été évaluées et ont fait l'objet de commentaires qui ont été utilisés pour préparer la version finale des deux guides, complétés par des bibliographies détaillées selon les thèmes du programme.

Le volet Éducation à la consommation du programme Formation personnelle et sociale sera obligatoire en septembre 1986 au secondaire et en septembre 1988 au primaire, mais d'ici cette date, plusieurs commissions scolaires pourront l'inscrire à leur grille-horaire.

Documentation

Le Centre de documentation fournit au personnel de l'Office de même qu'aux associations de consommateurs les instruments documentaires nécessaires à leur travail.

Il dessert les bureaux administratifs de l'Office à Québec et à Montréal et les 12 bureaux régionaux. Il est constitué de quelque 5 000 volumes et 300 périodiques ; une liste mensuelle des acquisitions ainsi qu'un sommaire des périodiques sont adressés aux associations de consommateurs, service qu'elles apprécient grandement car il leur permet d'avoir accès à tous les périodiques importants traitant de consommation.

L'Office est membre de l'ACCI (American Council on Consumer Interest) et de l'IOCU (International Organization of Consumers Union).

La Direction de la recherche

La Direction de la recherche a pour fonction de procéder à des études et des recherches sur les différents secteurs de consommation ainsi que sur les problèmes des consommateurs. Ces études servent à éclairer les politiques de protection du consommateur et à appuyer diverses interventions de l'Office.

La Direction de la recherche avait pour mandat spécifique, en 1984-1985, d'assurer le développement de la recherche dans des secteurs de consommation non régis par les lois que l'Office administre, de parfaire la connaissance de la clientèle des bureaux régionaux et d'assumer la réalisation de tests comparatifs et d'études relatives à des problèmes de consommation.

La recherche dans les secteurs non régis

Cette année, la Direction de la recherche a entrepris des études visant à améliorer la connaissance de divers secteurs de consommation non régis, notamment celui de l'alimentation. Dans ce même domaine, la Direction a poursuivi ses relevés de prix d'un panier à provisions-type. Ce projet a pour objectif principal de connaître et d'analyser l'évolution des prix d'un nombre de produits achetés régulièrement par la population de 16 villes du Québec. Les associations de consommateurs collaborent à la réalisation du projet en effectuant les relevés mensuels des prix. Comme l'an dernier, les résultats obtenus ont été publiés chaque mois dans le magazine *Protégez-Vous*.

La question des systèmes de transfert électronique de fonds (STEF) a été, cette année, une priorité pour l'Office. Ceux-ci constituent effectivement un sujet de préoccupation pour tous les intervenants qui s'intéressent à la protection des consommateurs. L'Office a orienté ses démarches dans ce dossier vers les partenaires sociaux et économiques.

Dans un document faisant l'état du dossier, on a identifié les principaux problèmes que peut susciter l'implantation des STEF pour les consommateurs. Ce document a éé présenté aux associations de consommateurs intéressées à en discuter. Des relations ont été établies avec ces organismes, de manière à ce que tous puissent participer à l'évolution du dossier. Une subvention a été accordée à l'un d'eux, le Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan, pour la réalisation d'un sondage auprès des consommateurs de la Mauricie sur l'utilisation des guichets automatiques.

Le contenu du document a également été soumis dans le cadre des travaux de la Conférence sur l'électronique et l'informatique, qui s'est tenue en mai 1984 à Montréal. La Commission 4, qui traite de l'intégration de l'informatique à la culture, a adopté comme recommandation prioritaire que l'implantation des STEF se fasse en respectant les principes énoncés par l'Office, et l'a présentée en ce sens à ladite conférence. Enfin, ce document de travail a été porté à l'attention de l'Association canadienne des paiements (A.C.P.), qui reconnaît l'Office comme un partenaire important dans ce dossier. Cette association, dont l'un des mandats est de planifier l'évolution du système de paiements canadien, constitue un interlocuteur privilégié auprès duquel faire entendre le point de vue des consommateurs.

D'autre part les expériences en cours dans ce domaine, autant au Canada qu'à l'étranger, sont suivies avec attention, leur connaissance s'avérant essentielle dans la recherche de solutions appropriées.

La clientèle des bureaux régionaux

Une étude a été menée, sur une base régionale, auprès des consommateurs qui s'adressent aux bureaux régionaux de l'Office afin de parfaire la connaissance de leur profil socio-économique. On y apprend entre autres que ces consommateurs-clients ont entre 25 et 49 ans (70 %) et plus particulièrement de 25 à 34 ans (40 %), qu'il s'agit en majorité de femmes (53,43 %), et qu'ils connaissent l'Office surtout parce que des parents ou amis leur en ont parlé ou par l'entremise d'émissions de télévision. Ces divers renseignements contribueront à améliorer les services de l'Office à ses clientèles en lui permettant de mieux les rejoindre et de mieux répondre à leurs besoins.

Les tests comparatifs

L'Office a poursuivi son programme de tests comparatifs, dans le but non seulement de fournir aux consommateurs plus de renseignements sur la qualité et l'utilité d'un certain nombre de produits, mais également de développer chez eux l'habitude de réfléchir sur leurs besoins réels avant de procéder à l'achat d'un bien ou d'un service.

L'Office se préoccupe des produits de grande consommation reconnus comme nécessaires par la société actuelle ou encore des produits douteux pouvant faire l'objet d'une mise en garde ou d'une dénonciation pure et simple. Les produits présentant un intérêt particulier en raison d'avantages reconnus, mais pour lesquels le consommateur doit être prudent et bien informé avant d'en faire l'achat, font aussi l'objet des tests.

Dans tous les cas, l'accent est mis sur la fonction remplie par le produit étudié, avec les explications

pertinentes. L'évaluation du produit quant à ses caractéristiques ou à sa performance est faite selon des critères qui reflètent les besoins des consommateurs et une méthodologie rigoureuse qui vise à faire ressortir les points forts et les points faibles de ce produit. La comparaison des résultats permet de fournir au consommateur des informations générales quant aux produits testés et des critères de choix relativement à l'acquisition de ces produits (guide d'achat). Les rapports des tests sont utilisés par l'Office pour servir de base, en complément avec d'autres informations sur le produit, à la rédaction d'un article destiné à être publié dans les magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself*.

Les études relatives à des problèmes de consommation

Une recherche a porté sur des causes présentées à la Cour des petites créances en vertu des lois dont l'Office a la responsabilité. Le recours à ce tribunal, le motif et le montant en cause, les jugements, la satisfaction ou non des consommateurs relativement à cette expérience sont des aspects qui ont été considérés. Une telle étude servira à améliorer le service à la clientèle.

À l'automne 1983, un système de statistiques de conception simple, portant sur les plaintes et les demandes de renseignements, a pris la relève du système antérieur. Il répond aux besoins exprimés par les utilisateurs éventuels et est davantage orienté vers la gestion. Au cours de l'année 1984-1985, les données de la première année d'opération ont été examinées. Cette analyse permet de déceler certaines particularités régionales.

Notons également qu'un dossier portant sur les produits et régimes amaigrissants a été rendu public par le biais des magazines *Protégez-Vous* et *Protect Yourself* en juillet 1984.

La Direction des ressources et des systèmes

La Direction des ressources et des systèmes, auparavant Direction de l'administration et du personnel, fournit aux unités administratives de l'Office conseil et soutien en matière de ressources humaines, financières et matérielles.

Elle s'occupe de combler les postes vacants, de coordonner le perfectionnement du personnel, de gérer le budget, l'approvisionnement en matériel et l'aménagement des espaces. Elle doit également analyser les divers mécanismes de fonctionnement de l'organisme et voir à implanter des procédés administratifs permettant une gestion efficace. Elle est aussi responsable des relations avec les organismes centraux de l'administration gouvernementale. Enfin, elle agit comme titulaire de dossier auprès du responsable ministériel des programmes d'égalité en emploi.

Au cours de l'année, cette direction s'est vu confier l'implantation d'un système informatisé de gestion ainsi que d'un système de gestion documentaire. L'implantation de ces nouveaux systèmes, qui se poursuivra durant la prochaine année, contribuera à augmenter l'efficacité de la gestion de l'organisme.

L'introduction d'appareils de traitement de textes commencée en 1983-1984 a été complétée cette année dans les unités administratives concernées. De même, certains équipements électroniques pour le personnel de secrétariat ont été uniformisés.

Au chapitre du développement des ressources humaines, il convient de mentionner que plus de 70 % des emloyés ont suivi divers cours de perfectionnement répondant à leurs besoins respectifs.

La Direction a été mise à contribution dans le réaménagement du service téléphonique et de l'horaire de certains bureaux régionaux. Ces changements visaient à améliorer, pour les clientèles de l'Office, l'accès à ses services de base. Elle a également instauré un système d'entrevues de départ, toujours dans le but d'améliorer la gestion des ressources. Enfin, elle a collaboré avec la Direction des communications à la mise en place d'une politique d'accueil.

Le Secrétariat

Le Secrétariat exerce un rôle de soutien dans les travaux des membres du Conseil d'administration de l'Office et coordonne les activités de différents comités formés par le Conseil. Il exerce aussi ce rôle de soutien pour la préparation, la tenue et le suivi des réunions de gestion auprès des unités administratives de l'Office et assiste la Direction de l'Office dans ses fonctions administratives de même que dans celles ayant trait à la planification et à la coordination. Ainsi, le secrétaire a agi à titre de coordonnateur du processus de consultation du personnel, consultation qui a permis d'élaborer un plan triennal de développement de l'organisme.

De plus, cette unité administrative coordonne l'application des programmes d'égalité en emploi à l'intention des femmes, des personnes handicapées et des membres des communautés culturelles. Avec les membres des comités formés dans le cadre de ces programmes, elle prépare les plans d'action et surveille leur mise en oeuvre.

Enfin, le Secrétariat coordonne l'application du programme de subventions de l'Office. L'article 292 de la Loi sur la protection du consommateur confie en effet à celui-ci le mandat de promouvoir et de subventionner la création et le développement de services ou d'organismes destinés à protéger le consommateur et de coopérer avec ces services ou organismes. À cet effet, l'Office a défini, pour l'exercice 1984-1985, des critères permettant de concrétiser un programme de subventions pour aider financièrement ces organismes. Les objectifs particuliers que vise ce programme sont les suivants :

— appuyer la formation et le soutien d'organismes pouvant servir de multiplicateurs d'information et de services auprès des consommateurs ;
— appuyer la réalisation de projets visant une plus grande autonomie des consommateurs et la protection de leurs intérêts ;
— appuyer la réalisation de recherches appliquées ou théoriques portant sur tout sujet d'intérêt pour le consommateur ainsi que sur la Loi sur la protection du consommateur.

Les organismes qui se sont montrés intéressés à participer à ce programme d'aide devaient de plus se conformer à des critères généraux d'admissibilité tels que :

— être des organismes sans but lucratif constitués en vertu d'une des lois qui régissent de tels organismes ;
— avoir une structure permettant d'atteindre le plus grand nombre de consommateurs possible et ne pas limiter leur action à leurs seuls membres ;
— accepter de fournir des renseignements d'ordre financier ainsi que des données sur leur programme d'activités.

En 1984-1985, l'Office a reçu 88 demandes de subventions pour un montant total de près de 3 200 000 $. De ce nombre, les demandes de 33 organismes et chercheurs ont été accueillies favorablement, entraînant l'octroi de subventions totalisant 617 400 $.

L'octroi de telles subventions a aidé ces associations réparties dans tout le Québec à poursuivre leurs activités d'information, d'aide individualisée aux consommateurs, de consultation et de dépannage budgétaires. Il leur a également permis de développer une expertise particulière dans certains grands dossiers de consommation et de mieux préparer leurs interventions pour représenter et défendre les intérêts collectifs des consommateurs.

Le tableau suivant comprend la liste de ces organismes et les montants qui leur ont été versés dans le cadre du programme de subventions 1984-1985.

Subventions accordées aux organismes et chercheurs en 1984-1985

Nom de l'organisme ou du chercheur		Montant
Association des consommateurs du Québec (A.C.Q.)		
A.C.Q. — Provincial		50 000 $
A.C.Q. du Haut-Richelieu		
A.C.Q. de La Tuque		
A.C.Q. de Laval		
A.C.Q. de Montréal		
A.C.Q. de Québec — Sainte-Foy		
A.C.Q. de Sorel-Tracy		
A.C.Q. de Trois-Rivières		
A.C.Q. de Valleyfield		
A.C.Q. de La Baie		
		27 000 $*
		77 000 $
Fédération des associations coopératives d'économie familiale (FACEF)		
ACEF de l'Est-de-Montréal		
ACEF du Centre-de-Montréal		
ACEF du Nord-de-Montréal		
ACEF de l'Outaouais		
ACEF de la Mauricie		
ACEF de Sainte-Thérèse		
ACEF de Lanaudière		
ACEF de Thetford-Mines		
ACEF de Victoriaville		
		89 500 $*
Fédération nationale des associations de consommateurs du Québec (FNACQ)		
FNACQ	16 000 $	
Centre d'inspection et de prévention automobile de l'Estrie inc. (CIPAE)	24 800 $	
ACEF de Granby	14 000 $	
ACEF de Québec	24 000 $	
ACEF de l'Estrie	24 000 $	
ACEF de la Rive-Sud	15 000 $	
		117 800 $
ACEF de Laval		11 700 $
Association pour la protection des automobilistes (APA)		25 000 $
Association pour la protection des intérêts des consommateurs de la Côte-Nord (APIC Côte-Nord)		20 000 $
Automobile et Touring Club du Québec (A.T.C.Q.);		
Service de protection du consommateur		14 000 $
Bouchard, André (Faculté des sciences de l'Agriculture et de l'Alimentation de l'Université Laval)		12 900 $

*L'A.C.Q. et la FACEF répartiront ces montants entre leurs organismes en appliquant leurs propres critères.

Nom de l'organisme ou du chercheur	Montant
Bureau des consommateurs Saint-Louis (Centre communautaire Pilote A)	8 000 $
Carrefour d'Entraide Drummond inc.	10 000 $
Centre de bénévolat de Saint-Hyacinthe inc.	5 000 $
Centre de recherche et d'information en consommation de Port-Cartier (CRIC de Port-Cartier)	14 000 $
Centre de recherche et d'information en consommation de Sept-Îles (CRIC de Sept-Îles)	10 000 $
Centre local d'information du consommateur de Berthier — Maskinongé — de Lanaudière	6 000 $
Corporation professionnelle des diététistes du Québec (C.P.D.Q.)	25 000 $
Doré, François (chercheur indépendant)	7 000 $
Fédération des comités de victimes de la MIUF du Québec (F.C.V.M.U.Q.)	16 000 $
Groupe de recherche en animation et planification économique inc. (GRAPE)	15 000 $
L'Hirondelle, comité d'accueil inter-ethnique inc.	9 000 $
Mouvement des consommateurs handicapés du Québec (M.C.H.Q.)	10 000 $
Service budgétaire du Sud-Ouest inc.	9 000 $
Service budgétaire populaire d'Alma inc.	14 000 $
Service budgétaire populaire de La Doré inc.	3 500 $
Service budgétaire populaire de Jonquière inc.	5 000 $
Service budgétaire populaire de l'Estrie	24 000 $
Service d'aide aux consommateurs de Shawinigan (SAC de Shawinigan)	22 000 $
Service d'aide aux consommateurs de Sorel inc. (SAC de Sorel)	8 000 $
Service d'information — consommation, Coopérative des consommateurs de Montréal	29 000 $
Total	**617 400 $**